

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Kateřina Teřlová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Komparace komunikace vybraných značek na sociální síti

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Hlavním cílem komparace marketingové komunikace vybraných malých hotelů na sociálních sítích. Autorka práci aktivně řešila a koordinovala ji s vedoucím práce. Teoretická část začíná stručným vstupem do marketingu se zaměřením na marketing služeb a marketing na internetu. Další kapitola se věnuje značce a její komunikaci. Potom následuje kapitola k marketingové komunikaci a hned k marketingové komunikaci na sociálních médiích, pozornost je věnovaná Facebooku a Instagramu a autorka pracuje s relevantními zdroji ve vztahu k plánovanému výzkumu. Design výzkumu je popsán od s. 46. Výzkumným vzorkem bylo 5 zvolených malých 4-hvězdičkových hotelů, viz s. 48 a jejich následný popis. Základní výzkumnou metodou je obsahová analýza komunikace na sociální síti, je objasněno kódování, ale i využití nástroje ZoomSphere pro základní data. Výzkumné otázky jsou uvedeny na s. 59. Potom následuje popis kódování. Potom následuje prezentace základních kvantitativních dat o komunikaci zvolených subjektů na sociálních sítích. Následně je zde popis použitých formátů postů a dále i kódování obsahu příspěvků podle

zvolených sítí. Autorka navíc zvolila i zaměření na relevantní události a jejich komunikaci hotely, viz s. 79 a dál. Zajímavý je popis využívání call to action, hashtagů apod. Studie je potom prohloubena zaměřením na nejlepší příspěvky. V zhodnocení a doporučení autorka postupuje podle výzkumných otázek, a to pro každý sledovaný subjekt. Celkový souhrn zjištění přehledně zobrazuje seznam na s. 94. Výzkum je dokumentován bohatými přílohami.

Celkově je možné uvést, že se jedná o jedinečnou studii, která dokumentuje jak menší, ale kvalitní subjekty v hotelnictví využívají sociální média v post-Covidové době. Práci hodnotím výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Jaká jsou tedy klíčová doporučení pro marketing malých hotelů na sociálních sítích?

V Plzni, dne 3. 5. 2023

Podpis hodnotitele